

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2010;13).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Gresik Jl. Brotonegoro, lokasi penelitian yaitu Rumah Makan Keloan Sembilang Resti.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan subyek penelitian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. (Sugiyono,2013;117) Populasi dalam penelitian ini adalah *consumer* (konsumen) Rumah Makan Keloan Sembilang Resti.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Hasil analisis sampel merupakan kesimpulan yang berlaku untuk populasi. Sehingga sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2013;118).

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *Nonprobability Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013;124).

Menurut Irawan dalam Sukandarrumidi (2004;54) mengatakan bahwa jumlah sampel minimum adalah 100. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pembeli yang pernah melakukan pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilng Resti.

3.4 Identifikasi dan Definisi Oprasional Variabel

3.4.1 Identifikasi Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel Independen terdiri dari tiga variabel yaitu Atmosfir (X_1) Kualitas Layanan (X_2) Persepsi Harga (X_3) sedangkan variabel dependen terdiri dari satu variabel yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.4.2. Definisi Oprasional Variabel

3.4.2.1. Variabel Independen (X) dalam penelitian ini adalah:

1. Atmosfir (X_1)

Atmosfir yaitu: *Atmosphere refers to the design of an environment via visual communication, lighting, colors, music, and scent to stimulate costumers, perceptual and emotional responses and ultimately to affect their purchase behaviour.* Berdasarkan definisi tersebut diatas dapat diartikan atmosfir adalah rancangan dan suatu desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dan pelanggan dan akhirnya untuk mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Adapun indikator dari variabel atmosfir adalah :

- a. Musik
- b. Tata letak
- c. Suhu udara

2. Kualitas Layanan (X_2)

kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai: *“The exelent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions”*. Dari

pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Adapun indikator dari variabel kualitas layanan adalah :

- a. Kesigapan dalam melayani konsumen.
- b. Menyapa konsumen dengan baik.
- c. Keramahan Petugas

3. Persepsi Harga (X_3)

Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.. Adapun indikator dari variabel persepsi harga adalah:

- a. Harga terjangkau oleh daya beli atau kemampuan konsumen.
- b. Harga harus memiliki daya saing dengan harga produk lain yang sejenis.
- c. Kesesuaian antara harga dengan kualitas.

3.4.2.2 Variabel Dependen (Y)

1. keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli. Adapun indikator dari variabel keputusan pembelian adalah:

1. Sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
2. Informasi tentang kualitas
3. Memutuskan untuk membeli.

3.5 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala likert. (Sugiyono,2013;134) dengan Skala likert, maka variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
2. Jawaban Setuju (ST) diberi skor 4
3. Jawaban Ragu-Ragu (RR) diberi skor 3
4. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

3.6. Jenis dan Sumber Data

3.6.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi. Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2010;13).

3.6.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Menurut Sugiyono (2010;193) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer didapatkan dari hasil pengisian kuesioner (angket) masyarakat yang datang melakukan keputusan pembelian di Rumah Makan Keloan Sembilang Resti.

3.7. Uji Instrumen

3.7.1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total yang menggunakan korelasi *product moment*. Valid tidaknya suatu item, diketahui dengan membandingkan indeks koefisien korelasi *product moment* (r) dengan nilai hitung kritisnya, dimana r dapat diperoleh dengan rumus (Sugiyono, 2005;212) sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2] [N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan

N = Banyaknya variabel

X = Skor item x

Y = Skor item y

Jika r hitung > dari r table (uji 2 sisi dengan tingkat signifikansi 5%) maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:41). Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dipercaya untuk baik digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Adapun rumus perhitungan tersebut adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (r - 1)k}$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas

k = jumlah item per variabel x

r = *mean* korelasi antar item

Untuk mengukur variabel jawaban responden dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* apabila > 0.60 menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama).

3.8. Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Autokorelasi dapat dideteksi dengan melihat nilai koefisien Durbin-Watson Test (DW Test), dengan pengambilan keputusan terdapat atau tidaknya autokorelasi sebagai berikut:

1. Jika nilai DW terletak di antara batas atas (du) dan ($4-du$), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, ini berarti tidak terdapat autokorelasi.
2. Jika nilai DW lebih rendah daripada batas bawah (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, ini berarti terdapat autokorelasi positif.
3. Jika nilai DW lebih besar daripada ($4-dl$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, ini berarti terdapat autokorelasi negatif.
4. Jika nilai DW terletak di antara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara ($4-du$) dan ($4-dl$), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.8.2 Uji Multikorelasi

Uji multikolinieritas adalah variabel independen yang satu dengan independen yang lain dalam regresi saling berhubungan secara sempurna atau mendekati

sempurna. Apabila dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Hair et al, (1995) Santoso, (2002;206). Multikolinearitas dilakukan dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

1. Jika $tolerance > 0,1$ dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi Multikorelasi.
2. Jika $tolerance < 0,1$ dan $VIF > 10$ maka terjadi Multikorelasi.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada / tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dan residualnya. Deteksi terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada/tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Bila tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah titik 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya (Ghozali, 2005;105).

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah adalah angka nol pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas

3.8.4 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal Ghozali, (2001;76)

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal/ mendekati normal. Cara untuk mengetahui normalitas adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan *ploting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2005;110).

3.9. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Analisis linier berganda ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) dengan variabel-variabel bebas yaitu atmosfer (X_1), kualitas layanan (X_2), persepsi harga (X_3).

Rumus yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta atau intersep, yaitu Y pada saat $X_1 = X_2 = X_3 = 0$

b_1 = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X_1 terhadap Y jika X_1 berubah (naik atau turun) satu unit dan X_2, X_3 konstan

b_2 = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X_2 terhadap Y jika X_2 berubah (naik atau turun) satu unit dan X_1, X_3 konstan

b_3 = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X_3 terhadap Y jika X_3 berubah (naik atau turun) satu unit dan X_1, X_2 konstan

X_1 = Atmosfir

X_2 = Kualitas Layanan

X_3 = Persepsi Harga

e = error atau koefisien pengganggu.

3.10. Uji Hipotesis

3.10.1. Uji t (Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2007;77).

1. $H_0 = b_1, b_2, b_3 = 0$ artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh antara variabel atmosfir, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.
2. $H_1 = b_1, b_2, b_3 \neq 0$ artinya secara parsial terdapat pengaruh antara variabel atmosfir, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.
3. Rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{se(\beta_i)}$$

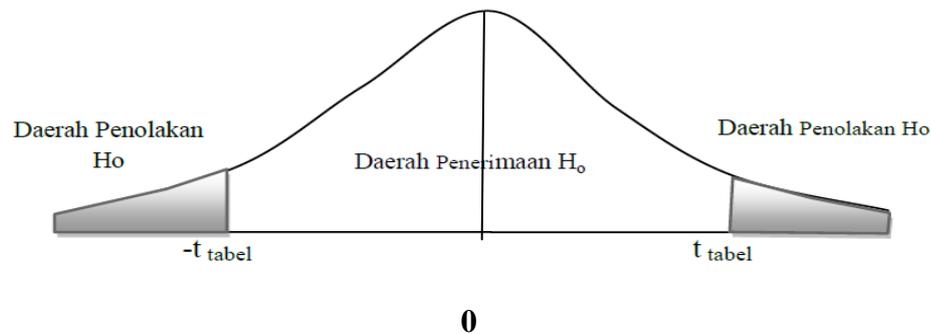
Keterangan :

β_1 = Koefisien Regresi

Se = standar error

Tingkat signifikansi $\alpha = 5\%:2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k$ (Priyatno, 2012:91).

4. Kriteria pengujian sebagai berikut:



Gambar 3.1
Distribusi Penerimaan dan Penolakan
(Hipotesis Uji t)

Kriteria Pengujian:

1. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} = H_0$ ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel atmosfer, kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}} = H_0$ diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel variabel atmosfer, kualitas layanan dan persepsi harga tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

3.10.2 Uji F (Simultan)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari seluruh variabel independen (atmosfir, kualitas layanan dan persepsi harga) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependent (keputusan pembelian). Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F kritis (F_{tabel}) dengan (F_{hitung}) yang terdapat pada tabel *analysis of variance* (Ghozali, 2007:82).

Untuk menentukan nilai F_{tabel} , tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n-k)$ dan $(k-1)$. Menentukan F_{hitung} , dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

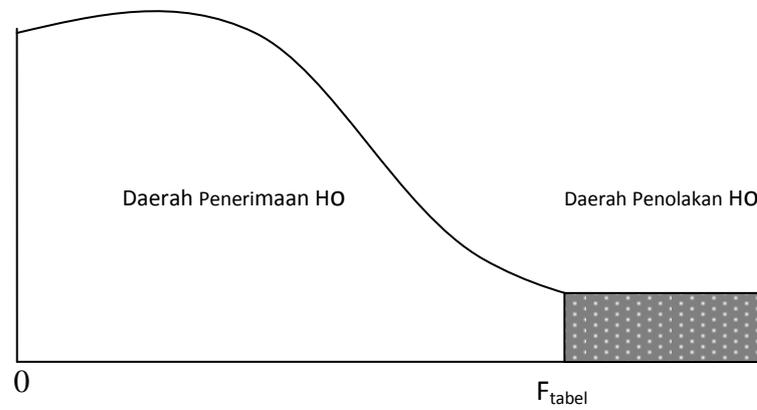
n = Jumlah data

k = Jumlah variabel independen

Kriteria uji yang digunakan adalah:

1. Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa variabel independent (atmosfir, kualitas layanan dan persepsi harga) tidak berpengaruh terhadap variabel dependent (keputusan pembelian).
2. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara simultan dapat dibuktikan semua variabel independent (atmosfir, kualitas layanan dan persepsi harga) berpengaruh terhadap variabel dependent (keputusan pembelian).

3. Kriteria pengujian sebagai berikut:



Gambar 3.2
Kurva Distribusi Penolakan dan Penerimaan
(Hipotesis Uji F)